

ПРОБЛЕМИ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО ТОМ 6
CULTURAL HERITAGE ISSUES VOL. 6

VIA ARTIS

ПРОБЛЕМИ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО
ТОМ 6
CULTURAL HERITAGE ISSUES
VOL. 6

VIA ARTIS



ЗА БУКВИТЕ
ОПНЕМЕНЕХА

ПРОБЛЕМИ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО, ТОМ 6
CULTURAL HERITAGE ISSUES, VOL. 6

VIA ARTIS

20 ГОДИНИ

КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО НАСЛЕДСТВО

В УниБИТ



VIA ARTIS

20 YEARS

CULTURAL HERITAGE STUDIES

IN ULSIT

Академично издателство „За буквите – О писменехъ“

София, 2024

Серия „Проблеми на културното наследство“

Cultural Heritage Issues Series

Сборникът „20 години културно-историческо наследство в УниБИТ“ е част от дейностите по проект ПЧФНП-2024-09, финансиран по Наредба на МОН за условията и реда за оценката, планирането, разпределението и разходването на средствата от държавния бюджет за финансиране на присъщата на държавните висши училища научна или хуманитарно-творческа дейност.

The collection “20 Years Cultural Heritage Studies at the ULSIT” is part of the activities of project PCFNP-2024-09, financed in accordance with the Ordinance of the Ministry of Education and Science of Republic of Bulgaria for the conditions and procedures for evaluating, planning, budgeting and spending of the state budget provisions for financing of scientific and artistic activities of state universities.

Съставител:

Венцислав Велев, проф. г-р
УниБИТ

Редакционен съвет:

Валерия Фол, проф. г.и.н.
УниБИТ

Ваня Добрева, проф. г.ф.н.
УниБИТ

Нина Дебрюне, доц. г-р
УниБИТ

Василики Хрисантополу, доц. г-р
Атински университет, Гърция

Енгин Бексач, проф. г-р
Тракийски университет, Турция

Михай Драгна, г-р
Асоциация за балканска история,
Румъния

Editor:

Ventzislav Velev, Prof., PhD
ULSIT, Bulgaria

Editorial Board:

Valeria Fol, Prof., D.Sc.
ULSIT, Bulgaria

Vanya Dobрева, Prof., D.Sc.
ULSIT, Bulgaria

Nina Debruyne, Assoc. Prof., PhD
ULSIT, Bulgaria

Vassiliki Chryssanthopoulou, Assoc. Prof., PhD
University of Athens, Greece

Engin Beksac, Prof., PhD
Trakya University, Türkiye

Mihai Dragnea, PhD
Balkan History Association, Romania

© Проф. г-р Венцислав Велев, съставител, 2024

© Проф. г.и.н. София Василева, научен рецензент, 2024

© Д-р Христо Христов, дизайн на корицата, 2024

© Академично издателство „За буквите – О писменех“, 2024

ISBN 978-619-185-732-6 (мека подвързия)

ISBN 978-619-185-733-3 (pdf)

ISSN C634-769X

СЪДЪРЖАНИЕ / CONTENTS

ОТ СЪСТАВИТЕЛЯ

ВЕНЦИСЛАВ ВЕЛЕВ

FROM THE EDITOR

VENTZISLAV VELEV7

СЕКЦИЯ I

ОТ ТРАДИЦИЯТА КЪМ МОДЕРНОСТТА: ОБРАЗОВАНИЕ, ИЗСЛЕДВАНИЯ
И ПОЛИТИКИ ЗА КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОТО НАСЛЕДСТВО
В АКАДЕМИЧНА СРЕДА

ВЕНЦИСЛАВ ВЕЛЕВ

FROM TRADITION TO MODERNITY: CULTURAL HERITAGE EDUCATION,
RESEARCH, AND POLICIES IN AN ACADEMIC ENVIRONMENT

VENTZISLAV VELEV11

ОБУЧЕНИЕТО ПО КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО НАСЛЕДСТВО В УНИБИТ:
РАЗВИТИЕ ПРЕЗ ГОДИНИТЕ

НАДЕЖДА ТОМОВА

EDUCATION IN CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE AT ULSIT:
EVOLUTION THROUGH THE YEARS

NADEZHDA TOMOVA25

СПОМЕНИ ЗА ПОЯВАТА НА НЕКОНФЕСИОНАЛНОТО РЕЛИГИОЗНО ОБУЧЕНИЕ
В КАТЕДРАТА ПО КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО НАСЛЕДСТВО

СВЕТА ШАПКАЛОВА

MEMORIES OF THE EMERGENCE OF NON-CONFESSIONAL RELIGIOUS
EDUCATION IN THE DEPARTMENT OF CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE

SVETLA SHAPKALOVA33

Проблеми на културното наследство, Том 6
20 години културно-историческо наследство в УниБИТ

ИВАН КАСАБОВ КАТО УЧИТЕЛ В ГЮРГЕВО (1864 – 1865)

ВЕРА БОНЕВА

IVAN KASABOV AS A TEACHER IN GIURGIU (1864–1865)

VERA BONEVA 61

НЕПОЗНАТИТЕ ГЕОРГОВИ

ЖОРЖЕТА НАЗЪРСКА

THE UNKNOWN GEORGOVS

GEORGETA NAZARSKA 75

СЕКЦИЯ II

ПРИСЪСТВИЕТО НА НАРОДНИТЕ ЧИТАЛИЩА В МЕДИЙНОТО И УЕБ

ПРОСТРАНСТВОТО: ОТ ТРАДИЦИОННИ МЕДИИ ДО ДИГИТАЛНИ ПЛАТФОРМИ

ВЕНЦИСЛАВ БЕЛЕВ, АНТОНИЙ СТАНИМИРОВ

THE PRESENCE OF THE NATIONAL COMMUNITY CENTRES (CHITALISHTA)

IN THE MEDIA AND THE WEB SPACE: FROM TRADITIONAL MEDIA
TO DIGITAL PLATFORMS

VENTZISLAV VELEV, ANTONIY STANIMIROV 95

ИЗКУСТВОТО НА КОМИКСА И ИЗОБРАЖЕНИЯТА НА КОНЕ В ТВОРБИТЕ

НА БЪЛГАРСКИТЕ КОМИКС ХУДОЖНИЦИ

ХРИСТО ХРИСТОВ

THE ART OF COMICS AND THE IMAGES OF HORSES IN THE WORKS

OF THE BULGARIAN COMIC ARTISTS

HRISTO HRISTOV 117

ДВАДЕСЕТ ГОДИНИ АРХЕОЛОГИЧЕСКИ ПРОУЧВАНИЯ НА РИМСКАТА ВИЛА

ПРИ С. СУХАЧЕ

ВЕНЕТА ХАНДЖИЙСКА

20 YEARS OF ARCHAEOLOGICAL RESEARCH OF THE ROMAN VILLA

NEAR THE VILLAGE OF SUHACHE

VENETA HANDZHIYSKA 131

ПОДХОДИ И МЕТОДИ ЗА ФИНАНСОВА ОЦЕНКА НА ДВИЖИМИ КУЛТУРНИ ЦЕННОСТИ НИНА ДЕБРЮНЕ	
APPROACHES AND METHODS FOR FINANCIAL EVALUATION OF MOVEABLE CULTURAL HERITAGE NINA DEBRUYNE.....	147
ОБРАЗОВАТЕЛНИЯТ ТУРИЗЪМ И КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО В СИСТЕМАТА НА УЧИЛИЩНОТО ОБРАЗОВАНИЕ СОНЯ СПАСОВА	
EDUCATIONAL TOURISM AND CULTURAL HERITAGE IN THE SCHOOL EDUCATION SYSTEM SONYA SPASOVA	175
СЪБИТИЙНИЯТ ТУРИЗЪМ: ФАКТОР ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕСТИНАЦИИ КРАСИМИР ДИМИТРОВ	
EVENT TOURISM AS A FACTOR FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATIONS KRASIMIR DIMITROV	185
РОЛЯТА НА АРХИВИТЕ В ИЗГРАЖДАНЕТО НА НАЦИОНАЛНА КУЛТУРНА ИДЕНТИЧНОСТ АРСИНИ КОЛЕВ	
THE ROLE OF ARCHIVES IN BUILDING NATIONAL CULTURAL IDENTITY ARSINI KOLEV	193
ХУТИТЕ – КУЛТУРНА И ПОЛИТИЧЕСКА ИСТОРИЯ ХРИСТО ТУТУНАРОВ	
THE HOUTHIES – CULTURAL AND POLITICAL HISTORY HRISTO TUTUNAROV	205

Проблеми на културното наследство, Том 6
20 години културно-историческо наследство в УниБИТ

МЕЖДУНАРОДНОПРАВНИ МЕХАНИЗМИ ЗА БОРБА С НЕЗАКОННИЯ ТРАФИК
НА КУЛТУРНИ ЦЕННОСТИ В АРАБСКИЯ РЕГИОН

ВОЛОДЯ ЗЛАТЕВ

INTERNATIONAL LEGISLATIVE MECHANISMS FOR COMBATTING THE ILLICIT
TRAFFIC OF CULTURAL HERITAGE FROM THE ARAB REGION

VOLODYA ZLATEV 219

БЕЛЕЖКИ НА РЕЦЕНЗЕНТА

ПРОФ. Д.Н. СОФИЯ ВАСИЛЕВА 233

ПРИСЪСТВИЕТО НА НАРОДНИТЕ ЧИТАЛИЩА В МЕДИЙНОТО И УЕБ ПРОСТРАНСТВОТО: ОТ ТРАДИЦИОННИ МЕДИИ ДО ДИГИТАЛНИ ПЛАТФОРМИ

Венцислав Велев
Антоний Станимиров

Резюме: В статията вниманието е съсредоточено върху начините, посредством които народните читалища присъстват в медийното и уеб пространството. Проследява се тяхното въвеждане и използване. Направени са кратък преглед и анализ на използваемостта както на традиционните медии, така и на дигиталните платформи. Представени са различни формати за комуникация с аудиторията, включващи печатни издания, телевизия, радио, уебсайтове и други онлайн канали. Специално внимание е отделено на социалните мрежи. Акцентът е поставен върху значението на медиите за популяризирането на читалищните дейности, съхранението на културното наследство и привличането на нови публики. В статията се анализират предизвикателствата и възможностите, свързани с дигитализацията, като се предлагат препоръки за по-ефективно използване на съвременните технологии.

Ключови думи: народни читалища, медийно присъствие, дигитализация, уеб платформи, социални мрежи

УВОД

Народните читалища са уникални културни институции в България, които съществуват от края на XIX в. и играят важна роля в съхранението и развитието на националната идентичност и културното ни наследство. Създадени първоначално с цел да предоставят достъп до образование и културни дейности, читалищата бързо се утвърждават като центрове за библиотечно-информационно обслужване, социално ангажиране, артистични прояви, образователни дейности и културна интеграция. Те са места, където се срещат различни поколения и култури, което ги прави важни за поддържане на

социалния и културния живот в местните общности. В съвременния свят, в който дигитализацията променя начина, по който взаимодействие помежду си, читалищата също така трябва да адаптират своето присъствие и комуникацията си. Уеб портали и сайтове, социалните мрежи, като Facebook, Instagram и X (Twitter), предоставят нови платформи за представяне на читалищната дейност, предлагане на информация и взаимодействие с аудиторията. Чрез тези форми на общуване читалищата не само имат възможност да достигнат до по-широк кръг от хора, но и успяват да привлекат нови аудитории, които иначе биха останали извън обхвата на техните традиционни активности. В контекста на бързо развиващите се технологии и новите форми на комуникация отразяването на дейността на читалищата преминава от традиционни медии към дигитални платформи. Ето защо целта на настоящия доклад е да проследи медийната активност на народните читалища с акцент върху тяхното присъствие в уеб пространството и с акцент върху различните нови портали. Ще разгледаме как читалищата използват тези платформи, за да популяризират своите инициативи, как взаимодействат с аудиторията и какви конкретни примери на успешна практика съществуват. Освен това ще анализираме как социалните мрежи допринасят за съхраняването и разпространението на българската културна идентичност в съвременния контекст, като така подчертаем значението на читалищата в медийната среда днес.

С темата се поставят следните ключови въпроси, на които търсим отговори:

1. Каква е ролята на народните читалища в съвременното медийно пространство?
 - a. Как се адаптират към съвременните медийни формати и платформи?
 - b. Какви нови възможности им предоставя дигиталната среда за комуникация и връзка с аудиторията?

2. По какъв начин читалищата са представени в традиционните медии (вестници, радио, телевизия)?
 - а. Кои са основните формати и канали, чрез които читалищата достигат до публиката в тези медии?
3. Как народните читалища използват дигиталните платформи и социалните мрежи за популяризиране на дейността си?
 - а. Какви социални мрежи и платформи (Facebook, YouTube, Instagram, X и др.) се използват?
 - б. Какви са стратегиите за онлайн комуникация?
 - в. Колко ефективно е присъствието им в тези мрежи?
4. Какво е влиянието на медийното присъствие върху популярността и възприемането на читалищата от обществото?
 - а. Допринася ли медийното им отразяване за по-добро разбиране и оценяване на тяхната роля в културния живот?
 - б. Какъв е приносът на медиите към поддържането на активна връзка между читалищата и техните общности?
5. С какви предизвикателства се сблъскват читалищата в опита си да бъдат видими в съвременното медийно пространство?
 - а. Какви ресурси и компетенции са нужни, за да поддържат активен медийен образ?
 - б. Как се справят с конкуренцията за внимание в дигиталните медии?
6. Какви възможности за развитие на медийното присъствие на читалищата съществуват?
 - а. Как могат да разширят своето влияние и да се адаптират по-добре към дигиталните медии?

- в. Как могат да използват новите технологии, за да достигнат до по-широка или по-специфична аудитория?

Хипотеза

Медийното присъствие на народните читалища е трансформирано и обогатено с навлизането на дигиталните платформи, като това им позволява по-широка и динамична връзка с аудиторията, но също така поставя нови предизвикателства.

Методология

Докладът изследва медийното присъствие на читалищата чрез анализ на съдържанието в уебсайтове, социални мрежи, специализирани медии и блогове. Разглеждат се както историческите корени на отразяването на читалищната дейност в традиционните медии, така и съвременната им роля в дигиталното пространство. Анализът е базиран на конкретни примери и източници от интернет, социални платформи, специализирани предавания и блогове.

Източници:

- Уебсайтове на народни читалища;
- Официални уебсайтове на Министерството на културата, други институции и организации, свързани с читалищата;
- Профили на читалища в социални мрежи, като Facebook, YouTube и Instagram;
- Статии и материали в специализирани предавания и блогове;
- Официални медийни изявления и интервюта.

Исторически контекст

Медийното присъствие и проявите на активност от страна на народните читалища в България преминават през значителна трансформация от времето на тяхното създаване до днешния ден. От края на XIX и началото на XX в. народните

читалища привличат вниманието на различни печатни медии, като вестници и списания. До този момент основно тяхната дейност се е отразявала на страниците на излизащото от 1870 г. сп. „Читалище“, както и на някои от издаваните в Цариград, Букурещ и гр. балкански градове български вестници („Македония“, „Гайда“, „Български дневници“) и списания („Любословие“). Към този момент публикуваната информация основно е с характер и насоченост по отношение популяризиране на определени инициативи и събития, споделяне на програмни документи и др. През първите две десетилетия на XX в. все повече периодични издания, свързани с културни и социални теми, започват да отразяват присъствието и значението на читалищата в обществото. През този период на патриотичен подем, особено след обявяването на Независимостта на България, читалищата повсеместно организират театрални представления, лекции и културни мероприятия. Същите са описвани и отразявани както от вестници и списания с национално покритие, така и на такива с регионален характер (напр. сп. „Мисъл“, в. „Камбана“ и др.). В най-общ план обаче, въпреки че с дейността по институционализиране на читалищата и развитието на тяхната дейност са ангажирани едни от най-видните общественици и учени, то през този период дейността им може да се каже, че е спорадично отразявана. След края на Първата световна война и особено от средата на XX в., нещата постепенно се променят. Положителна роля бележи навлизането на радиото като широко използвано средство за масово осведомяване. Читалищата започват да се интегрират в поредица от предавания. Създават се специализирани такива, които включват програми за култура, образование и най-вече за фолклор. С развитието на телевизията читалищата започват да получават все по-широко медийно отразяване, което им позволява да достигат до по-голяма аудитория. Особено популярни стават предавания, като „Национален фолклор“, в рамките на които се включва информация за културни

инициативи на читалищата, за техните събития и изяви. Разкриват се нови предавания. Особено значим момент е поставянето на основите на т.нар. златни фондове на Българската телевизия и Българското радио, които съхраняват образци на българската традиционна култура, като се изтъква, че основно се съхранява в читалищата. Двете единствени по това време национални медии стават основни организатори на такъв тип прояви, като Националния събор нагняване в Граматиково (1960 г.) и Националния събор на народното творчество в Копревщица (1965 г.). В следващите години тази традиция продължава и така се поставят основите на нов тип документиране и популяризиране на фолклорното богатство, представено посредством изявите на читалищните дейци. По този начин с тези медийни формати се предоставя платформа за представяне на традиции, културни обичаи и местни инициативи, развивани в мрежата на народните читалища. С въвеждането на дигитализацията и силно застъпеното използване на интернет читалищата започват да създават свои собствени онлайн платформи. По този начин много читалища днес имат свои уебсайтове, където публикуват информация за събития, новини и ресурси. Някои от тях имат блогове, в които споделят статии, интервюта и видео материали, свързани с тяхната дейност. В категорията на социалните платформи има разкрити профили в Instagram. В най-голяма степен е присъствието в социалната мрежа Facebook, което е продиктувано от сравнително лесния достъп и администриране.

Като цяло може да се направи изводът, че процесът, свързан с изграждане на образа на читалищата в медийното пространство, както и активното им присъствие в различни традиционни и съвременни форми на публично споделяне, може да бъде хронологично представено в четири основни периода.

От 70-те год. на XIX до 40-те год. на XX в. Това е период, свързан с изграждане и на самите медии, основно печатни, в които читалищната тема постепенно започва да присъства.

Постепенно навлиза и радиото, което още с първите си крачки предоставя поле за изява и на читалищата.

50-те – 90-те год. на XX в. Период, който е съпроводен с бързо развитие на медиите. Разкриват се както нови печатни медии – вестници и списания, така и нови – телевизията. Именно поради широкото навлизане на екранното представяне то става предпочитан комуникационен канал. Читалищата се включват в различни телевизионни предавания. Успоредно с това продължават и радио участията им. Всичко това спомага за нарастваща видимост и разпознаваемост на читалищната дейност.

Последното десетилетие на XX и първото десетилетие на XXI в. Това е период, в който технологично се преминава към етап на дигитализация с постепенно навлизане на интернет технологията. Голяма част от създадените вече аналогови носители преминават в цифрово съдържание. Обект на дигитализация са различни дейности в читалищата. Голяма част от тях започват да записват част от своята продукция (песни, концерти, различни сценични изяви) на дигитални носители. Навлизането на интернет технологията поставя нов етап в публичното представяне на читалищата. Самите те стават част от уеб пространството посредством включването им в съществуващи или създаване на нови специални уеб портали и сайтове.

От началото на второто десетилетие на XXI в. до днес. Продължава въвеждането на интернет в читалищната мрежа. Той се превръща в основен комуникационен фактор. Създават се първите социални мрежи – Facebook, които се превръщат в основна платформа, която и до днес се предпочита като форма за опознаване и представяне на читалищната дейност.

Тази хронология, макар и поднесена чисто в схематичен вид, демонстрира еволюцията на медийното присъствие и активизирането дейността на народните читалища в тази посока, както и показва как те се адаптират към променящите се условия в медийната среда. От изложеното става ясно, че

народните читалища първоначално частично, но постепенно все по-активно са отразявани в традиционните медии, като вестници, списания, радио. Техните културни събития, образователни програми и социални инициативи са заемали място в публичния живот на местните общности. Възходът на масовите комуникационни средства от средата на XX в. позволява на читалищата да достигнат до по-широка аудитория, като за това спомагат разкриваните телевизионни предавания, посветени на културата и традициите. Интернет и новите дигитални носители създават условия, които спомагат читалищната дейност да се популяризира в глобален мащаб.

Читалищата в уеб пространството

Както беше посочено, интернет технологията предлага нови възможности за присъствие и представяне. В дигиталната ера уеб пространството играе ключова роля в начина, по който народните читалища взаимодействат с обществеността и представят своята дейност. Самите те са част от съвременното онлайн пространство, като с развитието на информационните технологии започват активно да присъстват в дигитален вид. Това им дава възможности за комуникация и изграждане на контакт с нови публики. Също така процесът спомага за популяризиране на дейността им и взаимодействие с местните общности.

Включването в създадени и изграждане на собствени уебсайтове е стъпка напред в усилията на читалищата да станат по-достъпни и видими за широката публика. Чрез свои собствени платформи читалищата започват да предлагат актуална информация за събития, инициативи и ресурси, свързани с културния живот, както и да създават свой собствен новинарски поток. Макар и постепенно, но се формира пространство за представяне на програми и проекти, които се превръщат в неделима част от читалищната дейност. Дигитализирането на налични ресурси и поставянето им в уеб пространството с възможност за достъп от потребителите

обогатява формите за предоставяне на информация от страна на самите читалища. Поетапно започва въвеждане на нов тип услуги – например онлайн достъп до библиотечни каталози и съдържание, както и онлайн обучения. Уебсайтовете на читалищата често служат и като архив на техни дейности, като предлагат галерии, видеоматериали и информация за различни проекти.

Освен собствени уебсайтове и такива на различни партньорски организации читалищата имат достъп и до различни национални платформи, обвързани с тяхната дейност и подкрепа. Като основен такъв може да се посочи порталният сайт на народните читалища, създаден от Министерството на културата (<https://www.chitalishta.com>). Същият служи като централизирана платформа, на която читалищата могат да публикуват информация за своите инициативи или те да бъдат представени, да получават актуални новини и да се запознават с програми за финансова подкрепа. Освен това той е и платформа, на която е разположен централният публичен регистър на народните читалища, който дава и юридическа информация за тяхната самостоятелност като значима обществена организация. Друг важен общ уеб ресурс е сайтът на Съюза на народните читалища (<https://unionchitalishta.eu/>), който предоставя информация за инициативите на обединените в националния съюз читалища, за насочени към тях обучения и проекти. Тук читалищата могат да намерят съществена информация за политики и стратегии, които да им помогнат в тяхната работа и в развитието им. Много други партньорски организации, които работят с читалищата, също поддържат уебсайтове, предоставящи информация за програми, финансиране и обучения. На тях са разположени ресурси, които активно предлагат информация за проекти, свързани с читалищата и техните нужди, което е от съществено значение за развитието на институцията.

Като обобщаващ извод може да се посочи, че присъствието на народните читалища в уеб пространството е от съществено

значение за тяхното развитие. Чрез собствени сайтове и участието им в портали и платформи читалищата не само информират обществеността за своята дейност, но се свързват с партньорски организации и инициативи, които допринасят за тяхното културно и социално развитие. Важно е да се отбележи, че читалищата все повече осъзнават значението на наличието на адаптивен и атрактивен онлайн ресурс. Чрез оптимизация на уебсайтовете и създаване на съдържание, което отговаря на интересите на местната общност, читалищата могат да увеличат видимостта си и да привлекат нови членове. Ето защо това се превръща в основна дейност, която е част от тяхната комуникационна и информационна стратегия за развитие.

Читалищата и социалните мрежи

В съвременната ера на информацията и дигитализацията социалните мрежи се утвърдиха като основни платформи за комуникация и взаимодействие. Всъщност това е нов тип платформа, която успешно се развива в последните 15 години. Предлагат се възможности за практически неограничен достъп не само за ползване, но и за създаване на информация, предназначена за широк кръг от аудитории и общности. По подобие и на други организации, а също така и на физически лица читалищата активно използват социалните мрежи, за да популяризират своите инициативи и събития, да разпространяват информация и да взаимодействат с местната общност. По своята същност това е един бърз комуникационен канал, който е предпочитан за ползване. Именно поради това вниманието към него е толкова подчертано. Посочено беше, че читалищата използват някои от най-разпространените подобни платформи, като Facebook, Instagram и Twitter (X). През последните една-две години към тях се прибавя и ориентираната предимно към младежката аудитория TikTok. Привлекателното в тях е, че те дават възможност за активно споделяне на информация и непосредствена комуникация, посредством която се създава динамично гвупосочно и

многопосочно съдържание, което ангажира и въгънвява аудиторията. Тези своеобразни медиуми позволяват бързо споделяне на новини и актуализации, както и визуализиране на културната дейност чрез снимки и видеа, което е особено важно за привличането на млада публика. Социалните мрежи също така предоставят платформи за обратна връзка в реално време, което е съществено за читалищата, тъй като им позволява да разберат интересите и нуждите на своите членове и на потенциалните си посетители.

Ето как читалищата използват някои от най-предпочитаните от тях социални платформи.

Facebook. И към момента това е най-разпространената платформа, използвана от народните читалища, за да информират и взаимодействат с аудиторията. Посредством нея те могат: 1) да осъществяват публикации за събития. Дава се информация за текущи и предстоящи културни инициативи, като концерти, изложби и театрални представления; 2) да разработват визуално съдържание, което се изразява в споделяне на снимки и видеа от събития. Това спомага за ангажиране на вниманието и задържане на интереса на аудиторията; 3) да получават обратна връзка посредством възможност за размяна в реално време на коментари и проследяване на реакцията на аудиторията спрямо публикации. Всичко това е от помощ за читалищата по отношение на това да разберат интересите и нуждите на местните жители.

Instagram е сравнително по-нова платформа. Тя е визуално ориентирана, което я прави особено подходяща за читалища, които искат да акцентират върху своите културни и художествени дейности. Възможностите, които тя предлага и които са от особена важност за читалищата, са: 1) създаване на визуален разказ. Читалищата могат да разказват своите истории чрез снимки и видеа, показвайки не само събития, но и процеси на подготовка, например репетиции на театрални трупи или художествени занятия; 2) хаштагове – посредством създадени специални препратки за търсене читалищата могат

да акцентират върху дейностите си и да увеличат видимостта, което е предпоставка за поддържане на съществуващата и създаване на нова аудитория от хора, които търсят информация за културни проявления и събития; 3) Stories – тази функция става все по-предпочитана, защото посредством нея потребителите на платформата, включително и читалищата, споделят бързи актуализации, като информация за текущи събития или такива с по-значим във времето характер.

YouTube е популярна уеб платформа, която е предпочитана поради характера и възможностите, които предлага. Посредством нея се осъществява видео споделяне на оригинално изработени мултимедийни материали, които дават възможност за едно по-пълно и цялостно представяне на отделни, създадени от читалищата културни продукти. Читалищата имат възможност да създават свои подстраници, в които да поставят оригинални материали и така да намерят нова форма за популяризиране и привличане на публики.

Като извод може да се каже, че присъствието на народните читалища в социалните мрежи значително обогатява тяхната комуникация с обществеността. Чрез Facebook, Instagram, YouTube, а все повече чрез X и TikTok читалищата могат не само да информират, но и да ангажират своите общности, да споделят културни преживявания и да насърчават участие в своите инициативи. Тази активност е от съществено значение за поддържане на културния живот и за популяризиране на българското наследство в съвременния контекст.

Специализирани медийни предавания, портали и блогове

С развитието на медийната среда специализираните предавания и блогове се утвърдиха като важни платформи за представяне на инициативи, включително и такива на народните читалища. Тези медии предоставят уникална възможност за по-дълбочинно разглеждане на теми, свързани с културата и образованието, и същевременно дават възможност

за обмен на идеи и опит между читалищата и по-широката аудитория.

Културни предавания по национални медии: Някои национални телевизии, като БНТ и NOVA, имат програми, посветени на културни теми, в които често се отразяват събития, организирани от народни читалища. Например предавания като „Култура.бг“, както и сутрешният информационен блок на БНТ, представят репортажи за различни читалища и техните инициативи, което помага за популяризирането на културната им дейност. Радиопрограми като „Хоризонт“ на БНР също посвещават отделни панели, в които се говори за читалищата като основни културни средища. Програма „Хр. Ботев“ на Националното радио, която ориентира своята програмна схема изцяло на културна тематика, също отделя специално време за популяризиране на читалищата и техни проекти, като се обсъждат значението и приносът им към местната култура.

Блогове, уеб портали и отделни онлайн публикации: Съществуват уеб портали, платформи с новинарска и информационна насоченост, които отделят пространство за културни и обществени теми. Те се оказват удачна платформа, на която читалищата могат да представят своите дейности пред една по-широка аудитория, различна от тяхната постоянна такава. Например уебсайтът „Култура.бг“ дава възможност за публикуване на различни обзорни статии, които разкриват и отделни моменти, свързани с читалищната дейност. Също така пространство предоставя и уебсайтът „Площад „Славейков“. По този начин се увеличава видимостта им, както и се подпомага институционалното им развитие и повишаването на техния капацитет.

Специализираните медийни предавания, уебсайтове, портали и блогове играят съществена роля в популяризацията на читалищата и техните дейности. Те не само че информират обществеността за предстоящи събития, но служат и като платформи за диалог и обмен на идеи, което е от съществено

значение за развитието на културния сектор в България. Читалищата, които активно участват в медийните дискусии и блогосферата, имат възможност да увеличат своята видимост и влиянието си, което е от полза не само за тях, но и за цялата местна общност.

Предизвикателства и възможности

Народните читалища са изправени пред редица предизвикателства и възможности в контекста на съвременната медийна среда. С бързото развитие на технологиите и дигитализацията читалищата трябва да адаптират своето присъствие в медийното пространство, за да останат релевантни и да привлекат нови членове, особено сред младото поколение. Дигиталната среда предлага по-голяма видимост и възможности за бърза и интерактивна комуникация с публиката, но същевременно изисква техническа компетентност и ресурси за поддържане на качествено съдържание. Освен това конкуренцията за внимание в социалните мрежи е значителна и изисква стратегическо планиране на комуникационните кампании.

Предизвикателства

Конкуренция за внимание: В дигиталната ера читалищата се сблъскват с конкуренцията на множество медийни платформи и социални мрежи, които предлагат разнообразно съдържание. За да привлекат интереса на аудиторията, читалищата трябва да предлагат оригинално и ангажиращо съдържание.

Недостиг на ресурси: Много читалища се сблъскват с ограничени финансови и човешки ресурси, което затруднява създаването и поддържането на медийно съдържание. Ето защо те са изправени пред въпроса за намиране на нови и креативни решения, насочени към преодоляване на тези ограничения.

Отсъствие на дигитални умения: Не всички служители и членове на читалищата разполагат с необходимите умения за

работа с дигитални платформи. Поради това е важно да се осигурят обучения и ресурси за развиване на тези умения.

Възможности

Увеличаване на онлайн присъствието: Читалищата могат да увеличат своето онлайн присъствие чрез активно участие в социални мрежи и платформи, предоставяйки съдържание, което отговаря на интересите на аудиторията. Тази активност може да доведе до по-висока видимост и ангажираност.

Създаване на партньорства: Сътрудничеството с медии, блогъри и културни организации може да помогне на читалищата да разширят своя обхват и да достигнат до нови аудитории. Партньорствата могат да включват съвместни събития, предавания или медийни кампании.

Използване на нови технологии: Читалищата могат да експериментират с нови технологии, като виртуални реалности и интерактивни платформи, за да предоставят уникални културни преживявания. Такъв подход може да провокира интерес и да ангажира аудиторията по нов начин.

Отправни точки и цели

Определяне на целевата аудитория: Читалищата трябва да идентифицират и анализират своите целеви аудитории, за да разберат какви теми и формати ги интересуват. Това ще помогне при създаването на релевантно и привлекателно съдържание.

Създаване на стратегически план: Разработването на стратегически план за медийно присъствие е от съществено значение. Този план трябва да включва конкретни цели, времеви рамки и действия за увеличаване на видимостта и ангажираността.

Мониторинг и оценка на резултатите: Читалищата трябва редовно да анализират своите медийни дейности и да оценяват резултатите. Чрез мониторинг на ангажираността и обратната връзка от аудиторията те могат да направят корекции и да подобрят своя подход.

Създаване на ангажиращо съдържание

Интерактивни формати: Читалищата могат да използват анкети и конкурси в социалните мрежи, за да ангажират аудиторията. Тези интерактивни формати не само че привличат внимание, но и увеличават ангажираността на потребителите.

Разказване на истории: Създаването на съдържание, което разказва вдъхновяващи истории за читалищата и техните членове, може да провокира интереса на аудиторията. Личните истории и преживявания предизвикват емоционална връзка и ангажираност.

Визуално съдържание: Използването на снимки, видеа и графики е ключово за привличане на внимание в дигиталната среда. Читалищата трябва да инвестират в качествено визуално съдържание, което да представя техните дейности по атрактивен начин.

Привличане на потребители

Активна комуникация: Читалищата трябва активно да комуникират с разнообразна по своя характер аудитория, като отговарят на коментари и въпроси в социалните мрежи. Това създава чувство на принадлежност и ангажираност у потребителите.

Организиране на събития: Читалищата могат да организират онлайн и офлайн събития, като уебинари, работилници и културни мероприятия, за да привлекат нови членове и да засилят интереса към своите инициативи.

Реклама и промоция: Използването на платени реклами в социалните мрежи и Google може да помогне на читалищата да достигнат до нова аудитория. Целевата реклама им позволява да насочат усилията си към определени демографски групи.

Обобщеният извод, който се налага от прегледа на средата, както и идентифицираните проблеми и реални перспективи, е, че читалищата имат уникалната възможност да продължат своето медийно присъствие, адаптирайки се към новите технологии и променящите се потребности на

аудиторията. Чрез иновации, сътрудничество и активна комуникация те могат да привлекат нови членове и да запазят своята роля като центрове за култура и образование в българското общество.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Присъствието на народните читалища в медийното пространство днес преминава през всички процеси, свързани с дигиталната трансформация. В практиката се налагат нови начини за популяризиране и взаимодействие с аудиторията. От традиционни медии, като радио и телевизия, до уебсайтовете и социалните мрежи читалищата продължават да бъдат неразделна част от културния живот на страната. В бъдеще тяхното присъствие може да бъде допълнително разширено чрез по-активно използване на технологиите и съвременните комуникационни канали.

Изследването на медийното присъствие на народните читалища разкрива, че те продължават да играят ключова роля в културния живот на страната, като успяват да адаптират своята дейност и присъствието си към съвременните медийни реалности. Читалищата, макар и исторически свързани с традиционни медии, като вестници, радио и телевизия, постепенно пренасят своята активност в дигиталната сфера, за да достигнат до по-млада и технологично ориентирана публика.

Прегледът на средата показва, че народните читалища използват традиционните медии като средство за отразяване на културни и обществени събития, като същевременно с това се приспособяват към динамиката на интернет пространството. По отношение на традиционните медии изследването разкрива, че читалищата продължават да заемат важно място в специализирани радио- и телевизионни предавания, които разкриват тяхната културна мисия. Въпреки че обхватът на тези медии е ограничен в сравнение с

дигиталните платформи, те остават важен инструмент за достигане до по-консервативни и по-възрастни аудитории.

Дигиталните платформи предлагат значителен потенциал за разширяване на присъствието на читалищата, като социалните мрежи играят особено важна роля за достигане до млади хора и за интерактивно взаимодействие с различни обществени групи. Facebook и YouTube се използват най-често за обявяване на събития, видеоматериали от културни прояви и дори за образователни инициативи. Тези платформи предлагат нови възможности за бързо разпространение на информация и обратна връзка. Наред с това уебсайтовете и налагащите се нови социални мрежи, като Instagram и TikTok, предлагат различен тип възможности за популяризиране на техните инициативи и за осъществяване на по-широко взаимодействие с аудиторията.

Читалищата се сблъскват с някои предизвикателства в дигиталната среда. Те често се нуждаят от повече ресурси и техническа компетентност, за да поддържат активно присъствие онлайн и да създават качествено и привлекателно съдържание. Конкуренцията за внимание в социалните мрежи е сериозна, което изисква стратегическо планиране и често ангажиране на професионални екипи за управление на комуникациите. Наблюдението на средата, както и проявления от страна на самите читалища, налагат извода, че медийното им присъствие може да се разшири и подобри чрез по-добро използване на съвременните технологии, интегриране на нови форми на онлайн съдържание и осигуряване на повече ресурси за дигитализация. По този начин читалищата могат да достигнат до нови аудитории, да засилят своята видимост и да укрепят връзката си с местните общности.

Като обобщен извод може да се подчертае, че народните читалища, макар и традиционни институции, показват значителен потенциал да продължат своята мисия в новите дигитални условия, като същевременно запазят своята историческа роля на центрове за културно развитие и

обществено съзнание. Това ги прави все по-привлекателни и атрактивни за аудитория от различни възрасти с акцент върху младежката. С увереност може да се каже, че поставената като първоначална хипотеза на изследването се потвърждава и може да се заключи, че медийното присъствие на читалищата се променя в зависимост от промяната и на средата на развитие. Прилагането на новите технологии, наложено и от навлизането на дигиталните платформи, става основна задача в дейността на читалищните работници, която те следва да усвояват и развиват.

ЛИТЕРАТУРА

- Богова, Хр. (2021). *Ролята на медиите в общественото управление*. София: АИ „За буквите – О писменехъ“.
- Белев, В. (2022). Публичната комуникация като елемент от дейността на съвременното читалище. В: К. Иванова, И. Александров (съст.). *Библиотеки – четене – комуникации. Сборник с доклади от Двадесета национална научна конференция с международно участие, Велико Търново, 17 ноември 2021 г.* Велико Търново: Народна библиотека „П. Р. Славейков“, с. 123–133. Достъпна на <https://libraryvt.com/images/conferences/2022/Sbornik-Conference-2021.pdf>
- Колева, П. (2012). Иновационна дейност в културния сектор. *Медии и обществени комуникации*, 13. Достъпно на <https://media-journal.info/index.php?p=item&aid=193>
- Стойков, Л. (2008). Метаморфози на културата. *Медии и обществени комуникации*, 1. Достъпно на <https://media-journal.info/index.php?p=item&aid=40>
- Тогорова, И. (2020). Отразяване на културни теми и обекти в традиционните електронни (радио и телевизия) и нови медии. *Медии и език*, 16, Достъпно на <https://medialinguistics.com/2020/06/27/cultural-topic-in-traditional-and-new-media/>

REFERENCES

- Bogova, Hr. (2021). *Rolyata na mediite v obshtestvenoto upravlenie*. Sofia: AI “Za bukвите – O pismenehъ”.

- Velev, V. (2022). Publichnata komunikatsia kato element ot deynostta na savremennoto chitalishte. In K. Ivanova, I. Aleksandrov (Eds.). *Biblioteki – chetene – komunikatsii. Sbornik s dokladi ot Dvadeseta natsionalna nauchna konferentsia s mezhdunarodno uchastie. Veliko Tarnovo, 17 noemvri 2021 g.* Veliko Tarnovo: Narodna biblioteka “P. R. Slaveykov”, pp. 123–133. Retrieved from <https://libraryvt.com/images/conferences/2022/Sbornik-Conference-2021.pdf>
- Koleva, P. (2012). Inovatsionna deynost v kulturnia sektor. *Medii i obshtestveni komunikatsii*, 13. Retrieved from <https://media-journal.info/index.php?p=item&aid=193>
- Stoykov, L. (2008). Metamorfozi na kulturata. *Medii i obshtestveni komunikatsii*, 1. Retrieved from <https://media-journal.info/index.php?p=item&aid=40>
- Todorova, I. (2020). Otrazyavane na kulturni temi i obekti v traditsionnite elektronni (radio i televizia) i novi medii. *Medii i ezik*, 16. Retrieved from <https://medialinguistics.com/2020/06/27/cultural-topic-in-traditional-and-new-media/>

THE PRESENCE OF NATIONAL COMMUNITY CENTRES (CHITALISHTA) IN THE MEDIA AND THE WEB SPACE: FROM TRADITIONAL MEDIA TO DIGITAL PLATFORMS

Abstract: The article focuses on the presence of community centres in the media and web space. It provides a brief overview and analysis of the usability of both traditional media and digital platforms. Various audience communication formats are presented, including print publications, television, radio, websites, and other online channels, with special attention given to social networks. The article emphasises the role of media in promoting community centre activities, preserving cultural heritage, and attracting new audiences. Additionally, it examines the challenges and opportunities of digitalisation and offers recommendations for the more effective use of modern technologies.

Keywords: national community centres, media presence, digitalisation, web platforms, social networks

Prof. Ventzislav Velev, PhD

v.velev@unibit.bg

Chief Asst. Prof. Antoniy Stanimitov, PhD

a.stanimirov@unibit.bg

*Department of Culture Heritage and Tourism
University of Library Studies and Information Technologies
Sofia 1784, bul. 'Tsarigradsko Shosse' #119*